

Міжнародна студентська науково - технічна конференція  
"ПРИРОДНИЧІ ТА ГУМАНІТАРНІ НАУКИ. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ"

УДК 9 (Укр)

Петручок Ю. – ст. гр. ПФ-11

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

**ПРОПАГАНДА ЯК МЕТОД ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ  
РОСІЙСЬКОЇ ФЕДЕРАЦІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ**

Науковий керівник: к.і.н., доцент Щигельська Г. О.

Petruchok Yu.

*Ternopil Ivan Pul'uj National Technical University*

**PROPAGANDA AS A METHOD OF THE RUSSIAN FEDERATION  
INFORMATION WAR AGAINST UKRAINE**

Supervisor: Ph. D, Associate Professor Shchyhelska H. O.

Ключові слова: пропаганда, інформаційна війна.

Keywords: patrons, ukrainian culture.

Приклади інформаційного впливу на широку аудиторію ми можемо прослідкувати протягом існування історії людства. У різні часи інтенсивність застосування пропаганди, тих чи інших засобів впливу, як і рівень його організації змінювалися. На перший погляд можна подумати, що методи інформаційного тиску залишаються незмінними століттями, проте, якщо подивитися з іншого боку, то можна зрозуміти, що з розвитком технологій саме поширення неправдивої інформації стає більш широким і охоплює набагато більшу кількість людей.

Інформаційне суспільство спричинило інформаційні війни. Одним із головних методів ведення інформаційно-психологічної війни є пропаганда, тобто поширення різних політичних, філософських, наукових, художніх, інших мистецьких ідей з метою упровадження їх у громадську думку та активізації і тим самим використання цих ідей у масовій практичній діяльності населення. Водночас до пропаганди належать повідомлення, які поширюються для справляння вигідного впливу на громадську думку, провокування запрограмованих емоцій та зміни ставлення до певної ситуації або поведінки певної групи людей, безпосередньо чи опосередковано вигідного організаторам [1, с. 138].

Яскравим прикладом ведення пропагандистських кампаній є діяльність ідеолога та пропагандиста фашизму Йозефа Геббельса, що призвела до розв'язання Другої світової війни. Як це не прикро, але Російська Федерація багато в чому наслідує методи та прийоми ідеологів фашистської Німеччини. Так, анексію Криму в Москві мотивували торжеством, історичної справедливості та захистом російськомовних громадян. Такі самі ідеологеми висловлювали й апологети фашистської Німеччини, пояснюючи відторгнення від Чехії Судетської області у 1939 р. [1, с. 138].

Після початку Революції гідності в Україні російську пропаганду можна кваліфікувати як інформаційну війну. Тобто Росія почала готувати суспільну думку в державі до агресії проти України. Після військової агресії, окупації і анексії Криму російська пропаганда не тільки змінилась за своїми методами та прийомами, але й стала найбільш фінансованою у світі, на яку витрачалось у 2012 році 1,6 млрд дол. США. Видатки на програму «Інформаційне суспільство» (2011–2020 роки) сягатимуть 40,6 млрд дол. США. Метою програми можна вважати повне охоплення російськомовного населення земної кулі як державними, так і приватними ЗМІ РФ.

Пропаганду можна поділити на дві ланки: конструктивна та деструктивна. Якщо конструктивна створює образи «друзів», пропагує дружельюбність, наголошує на спільних інтересах, то деструктивна дуже добре відображає дії Росії. Вона низько моральна або взагалі аморальна, створює образи ворогів та суспільну систему апатії, зневіри та розбрату, ненависті до чужинців. Сприяє поширенню паніки серед населення. Російська Федерація використовує всі можливі прийоми пропаганди задля того, щоб дестабілізувати ситуацію в Україні. Зокрема, застосовуються такі «типові прийоми пропаганди» як:

«Наклеювання ярликів». Використовується для демонізації та дискредитації особистості чи предмета за допомогою дзвінких епітетів: «враг народа», «бандеровци», «хунта» та ін. Ці епітети широко використовуються прихильниками так званих республік на Сході України, російським телебаченням, тощо.

«Блискучі узагальнення». Використовуються емоційно забарвлені метафори. Наприклад: «ДНР – це одвічна мрія жителів Донбасу», «Украина – это Германия 30-х годов», «Секта украинствующих», «Государству Украина закон не писан», «Гривна делает подножку, рублю подставляет плечо», «Братская помощь».

«Перенос». Пропагандист переносить на об'єкт, за який він пропагує, риси, якості того об'єкта, який користується повагою в даній аудиторії. «Нас підтримує Російська церква», «Нас підтримує народ Донбасу» - ці вислови часто можемо чути від російських бойовиків, які воюють на території України.

«Пересмикування фактів». Пропагандист щось перебільшує, щось применшує. Він оминає певні факти, натомість висуває на перший план інші події, які відволікають увагу публіки. Часто новини на російському телебаченні використовують цей прийом і в результаті жителі тієї ж Росії думають в Україні ненавидять росіян, а бандерівці «їдять немовлят».

«Свідки». Використання цитати деякої особистості, в залежності від її репутації від її позитивної чи негативної репутації у конкретній аудиторії. Наприклад, напевно всі бачили відео, на якому жінка розповідала на російському телебаченні про те як українські військові знущалися над маленьким хлопчиком, якого розстріляли публічно. Потім ця ж жінка фігурувала в інших контекстах на екранах російського ТВ.

«Гра в «простонародність». Ситуація, коли керівники самопроголошених республік «ходять в народ». Тобто намагаються бути схожими на народ, дотримуватися ідей, яких дотримується народ (хоча самі ж ці ідеї нав'язують).

У підсумку можна стверджувати, що російська пропаганда досягла значного успіху в конструюванні всередині Росії сталого образу України та українців як «ворогів» росіян. Одним із важливих наслідків пропагандистської обробки російського населення в 2014-2017 рр. стало налагодження механізмів мобілізації громадян для підтримки будь-яких несподіваних військових рішень Кремля. Інформаційна війна путінської Росії проти України призвела до того, що більше половини опитаних росіян готові воювати з українцями. Тому першочерговим завданням усіх державних, громадських, наукових, експертних, журналістських інституцій є розробка ефективних заходів щодо нейтралізації диверсійної пропагандистської діяльності Російської Федерації проти України та протидії її подальшому розгортанню.

Список використаних джерел:

1. Горбань Ю. О. Інформаційна війна проти України та засоби її ведення / Ю. О. Горбань // Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. - 2015. - № 1. - С. 136-141. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadu\\_2015\\_1\\_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadu_2015_1_21).